

ANALISIS PENGARUH CITRA MERK DAN KREATIVITAS PERIKLANAN UNTUK MENCIPTAKAN PENGALAMAN KONSUMEN YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS: PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO)

Adam – 1000858231

ABSTRAK

Untuk memenangkan persaingan sangat lah penting untuk melihat Pengalaman yang dimiliki konsumen, agar terjadinya keputusan pembelian yang diharapkan perusahaan. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Citra Merk dan Kreativitas Periklanan yang dilakukan PT Erafone Artha Retailindo dalam membentuk Persepsi, yang diharapkan mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Erafone dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden serta melakukan analisis jalur untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Citra Merk dan Kreativitas Periklanan terhadap Persepsi Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian.

Dari hasil analisa data, diperoleh persamaan struktural $Y = 0.323 X_1 + 0.443 X_2 + 0.746 \varepsilon_1$ dimana $R^2 = 0.444$ dan $Z = 0.281X_1 + 0.338 X_2 + 0.374 Y + 0.552 \varepsilon_2$ dimana $R^2 = 0.695$. Dalam penelitian ini seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Namun kreativitas periklanan memiliki pengaruh yang lebih besar kepada variabel dependen pengalaman konsumen dan keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Citra Merk, Periklanan, Pengalaman Konsumen, Keputusan Pembelian Konsumen*